

2007年2月13日

報道関係者各位

NEWS RELEASE

株式会社 NTT アド
株式会社 NTT データ

ブログや SNS などの話題を感性まで分析し動向を的確に
レポートする日本初のサービス「CGM Watch™」の提供開始
～日本語の文章を理解するエンジン「なずき®」を活用した高精度なサービス～

株式会社NTTアドと、株式会社NTTデータは、個人が発信するブログやSNS等のCGM (Consumer Generated Media) から、必要な情報を検索・抽出・分析し、マーケティングレポートとして提供するサービス『CGM Watch™』※1を共同で開発し、2月15日よりNTTアドがサービス提供を開始します。

このCGM Watchは、20年にわたって蓄積されてきた辞書と知識をベースに開発されたNTTデータの日本語意味理解エンジン「なずき®」※2を応用したマーケティングサービスです。CGM Watchは「なずき」がブログ記事等を文章レベルで把握することによって、書き手の感性や商品・サービスに関する評価を人間により近いレベルで抽出することが可能になったことが最大の特徴です。つまり、ブログやSNS等で話題になった商品やサービスについて、従来の分析エンジンが行っている商品名などの単語の出現頻度だけではなく、そのブロガーが商品を購入しているか否かを把握したり、好意的に書いたのか、それとも否定的なのか、といった書き手の感性を最大81種類に細分化してレポートすることができます。こうした分析は、単語と単語の関係から文章の意味や感性を表す360億パターンの知識と、これらを高速に照会する「なずき」独自の技術によって実現しました。

また、CGM Watchは、自発的に書かれたブログ記事をベースにしていますので、調査する側のバイアスを受けない消費者の本音を容易に引き出せることも大きな特長の一つとなっています。

この結果、CGM Watchは、消費者の本音が溢れるブログ記事の中から日本で初めてブロガーの感性を抽出し詳細に解析することが出来るようになった画期的なマーケティング・レポート・サービスです。

「なずき」については、2月1日にコンテンツ連動型広告配信への適用を開始しています。今回のCGM Watchはこれに続くもので、Web2.0と言われるメディア環境において広告・マーケティング分野に新たなソリューションを提供いたします。

【サービス概要】

CGM Watch は、以下の用途にお役立ていただけます。調査期間、解析の深度、データの統計処理方法は、お客様のご要望に応じて柔軟に対応する体制を整えております。

1. 商品・サービスに関する評価 2. キャンペーン評価 3. 風評調査

次世代ゲーム機をテーマとした CGM Watch サンプル

- 検索対象期間：2006年10月1日～12月5日
- 検索対象機種：(XBOX360、PS3、Wii)

分析サンプル1： 検索結果とブログエントリの分析によって抽出されたゲーム機購入者

ゲーム機を買った人を抽出してみると、C社製品の購入者が圧倒的に多いことがわかります。また、検索結果からエントリされたブログ件数を見ると、B社製品はエントリ件数が多いにも関わらず、購入したというブログが少ないのは、素見記事が多いと思われる。

	対象期間中の次世代ゲームに関する記事が記載してあるブログ						
	従来のCGM指標	CGM Watchが使用する量的指標					
	キーワードによる検索結果(A)	分析対象ブログエントリ数(B)	ノイズ※割合 1-(A)/(B)	ブログタイトル (C)	平均エントリ (B)/(C)	購入者ブログ (D)	購入者ブログ割合 (E)
A社製品	18,491	10,636	42.5%	5,454	1.95	302	5.5%
B社製品	105,054	65,025	38.1%	37,126	1.75	910	2.5%
C社製品	80,484	53,690	33.3%	27,844	1.93	2,502	9.0%

※アフィリエイト、通販、リンク集など、個人の意見や考えが含まれないブログ

注1： 購入者には予約した人を含みます。

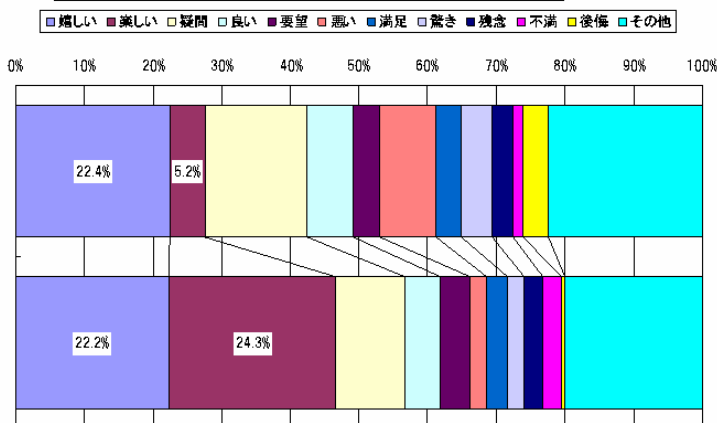
注2： ブログにはそのテーマを示すタイトルが決められており、タイトルの下に複数のエントリ（記事）が存在します。平均エントリは、ひとつのブログでそれぞれのゲーム機が記事として何回取り上げられたかを示します。

分析サンプル2： 新世代ゲーム機B社製品とC社製品を購入者はどのように評価したか

手に入れて「嬉しい」に留まるB社製品、加えて遊んで「楽しい」まで広がるC社製品と、特性がくっきり現れました。

ゲーム機購入者のブログ記事だけを抽出し「なずき」で感性分析を行うと、B社製品でもC社製品でも、購入したことでの「嬉しい」という表現が2割強でできます。しかし、利用して初めて表れる「楽しい」という感性表現では、C社製品はB社製品に比べ、5倍近い割合を占めています。

各ゲーム購入者における各ゲームを話題とした感性表現



■上記の「新世代ゲーム機に関するレポート」(サマリー)及び「デジタル一眼レフに関するレポート」(サマリー)は、NTTアドのホームページ<http://www.ntt-ad.co.jp/>でご覧いただけます。

【ブログ検索エンジン】

CGM Watchのブログ記事の収集については、ブログ検索エンジン「AccelaNavi (アクセラナビ)」から情報の提供を受けています。「AccelaNavi」は、アクセラテクノロジー株式会社が開発した純国産技術のブログ検索エンジンです。2005年10月よりサービスを開始し、日本有数のブログカバー率、ブログのリアルタイム検索(記事投稿から最短1分で検索可能)を実現し、2007年1月末で2億5千万件の記事を蓄積しています。

※1「CGM Watch」

⇒CGM (Consumer Generated Media) を Watch するサービスとして命名。
CGM は、ブログや SNS などコンシューマーが自ら発信するメディアの総称で、現在急速にその数を増やすと同時に消費者の購買行動に影響を与えるメディアとして注目が集まっています。

※2「なずき」

⇒これまでの「キーワード」や「係り受け」抽出といった数値・構文解析技術に加えてテキストから話題を判定したり、感性(評判)情報を抽出する意味解析技術であり、今回のサービスは「なずきエモーションアナライザ」(テキスト文書の表現に含まれる書き手の「気持ち」を理解し、文章中にある話題(対象)について「好き」「嫌い」などの評判情報(感性)を自動判別するツール)を活用したサービスです。

*「CGM Watch™」は株式会社NTTアドの商標です。

*「なずき®」は株式会社NTTデータの登録商標です。

*その他文中の会社名、商品名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【本件に関するお問い合わせ】

CGM Watch に関するお問い合わせ

株式会社NTTアド ITビジネス局 林 TEL:03-5745-7618

NTTアドは業界大手の総合広告会社(NTTグループのハウスエージェンシー)です。

企業概要は <http://www.ntt-ad.co.jp/profile/profile.html> をご覧下さい

なずきに関するお問い合わせ

株式会社NTTデータ 広報室 宗像 TEL:03-5546-8051